

**Caracterización de la Oferta de turismo cultural de los hostales
agremiados en Holavalle**

Autor: FELIPE DUQUE

Tutor: Ángela Gartner

**Programa de Administración de empresas
Facultad de Ciencias administrativas y Económicas**

Mayo 2018

Tabla de contenido

1. Marco Teórico.....	5
1.1 Definición de Turismo cultural & Patrimonio cultural.....	5
1.2 Acerca del turismo Cultural.....	5
1.3 Diferencia entre Hotel y Hostal.....	6
1.4 Cadena de Valor.....	6
2. Marco metodológico.....	7
2.1 Metodología Investigación cualitativa.....	7
2.2 Unidad de Análisis.....	7
2.3 Instrumento.....	7
2.4 Procedimiento.....	7
3. Análisis y Discusión de resultados.....	8
3.1 Bienes y Servicios.....	8
3.2 Nivel de Aceptación de la oferta.....	10
4. Conclusiones y Recomendaciones.....	11
5. Bibliografía.....	12
6. Anexos.....	13

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto expone la oferta cultural que tienen los hostales del Valle del Cauca que componen la asociación “Holavalle”. Tiene como fin, plasmar formalmente los aspectos de una industria hostelera que viene creciendo y evolucionando rápidamente, y que se ha convertido en un clúster de turismo importante para la región, debido al gran número de personas de origen extranjero y local que se hospedan en estos Hostales cada día.

Para el desarrollo de este proyecto se abordaron conceptos relacionados con el turismo cultural como un subsector de la industria cultural. A su vez, se establece la diferencia entre hotel y hostel, y finalmente se tiene en cuenta el concepto de cadena de valor de Porter al ser este proyecto un trabajo de grado del programa de Administración de Empresas.

Por otra parte, teniendo en cuenta que el objetivo es la identificación de la oferta del turismo cultural de los hostales agremiados en “Holavalle” se escogió realizar la recolección de la información del proyecto de grado la investigación cualitativa ya que permite caracterizar de manera más descriptiva la oferta cultural de los hostales.

En este proyecto de grado se presta especial atención al modelo de negocio de los hostales caleños que están relacionados con la industria cultural, y su cadena de valor que lleva a la persona alojada a adquirir los servicios culturales.

Se concluyó que existe una gran variedad de ofertas culturales en Cali, que son hechas de manera indirecta o por terceros relacionados con los hostales. Se encontró que son informales y no están documentadas en un mismo lugar, es decir que cada hostel ofrece sus propias actividades culturales que no se repiten en todos los hostales. También se encontró que los establecimientos no tienen documentada de manera formal la satisfacción de los servicios prestados, ya que los buzones de sugerencias son poco utilizados; tripadvisor.com y Booking.com son los únicos medios para el que turista y los hostales las revisen las calificaciones y comentarios con el fin de obtener conocimiento de la calidad del servicio.

Por último, se observa una gran oportunidad de crecimiento en el sector de hostales y de los servicios ofertados al turista, debido su actual informalidad y total tercerización de dichas actividades.

Resumen

Se investigaron las diferentes ofertas culturales que tienen los hostales agremiados a HolaValle, mediante entrevistas y métodos cualitativos de recolección de datos. Se llegó a la conclusión de que las ofertas actuales son muy informales y se hacen de manera indirecta; de esta manera, se observa una gran posibilidad de crecimiento económico del sector de turismo cultural.

Summary

The different cultural activities and offers of the hostels affiliated to HolaValle, were investigated through interviews and qualitative methods of data collection. It was concluded that the current offers are very informal and are made indirectly; therefore, an economic growth of the cultural tourism sector is imminent.

Palabras Clave

Turismo cultural, HolaValle, Oferta Cultural.

Key Words

Cultural tourism, HolaValle, Cultural Offer.

MARCO TEORICO

1.1 Definición de Turismo cultural & Patrimonio cultural

La ciudad de Cali cuenta con expresiones culturales en múltiples escenarios que van desde la danza, el teatro, la música, etc. La UNESCO ofrece una definición de industrias culturales, que se utiliza de manera general para definir en cualquier parte del mundo como productos o servicios que generan valor social o cultural.

“Las industrias culturales están definidas como aquellas que producen productos creativos y artísticos tangibles o intangibles, y que tienen el potencial para crear riqueza y generar ingreso a través de la explotación de los activos culturales y de la producción de bienes y servicios basados en el conocimiento (tanto tradicional como contemporáneo). Lo que las industrias culturales tienen en común, es que todas usan su creatividad, conocimiento cultural, y propiedad intelectual, para producir productos y servicios con valor social y cultural.”(UNESCO, 2007.)

Siguiendo este orden de ideas, en la Convención para la Salvaguardia el Patrimonio Cultural Inmaterial (2003), se identificó que acciones hacen parte del patrimonio cultural inmaterial y sus diferentes tipos, de esta manera se definen como *“los usos, expresiones, conocimientos y técnicas, así como los objetos y espacios culturales asociados, que las comunidades y los individuos reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. Transmitido de generación en generación, y constantemente recreado, infunde en la humanidad un sentimiento de identidad y continuidad. (Portal Unesco. 2003)*

1.2 Acerca del turismo cultural

El turista que se decide hospedar en los hostales, generalmente decide realizar un turismo cultural, lo que significa que tiene por objetivo conocer y vivir la experiencia de la cultura local de la ciudad o país que está visitando. Generalmente incluye visitas a monumentos históricos, sitios artísticos, como también probando la gastronomía local, y recorriendo las calles más importantes, así como el centro de la ciudad, entre otros.

“El turismo cultural es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto y en cuanto contribuye - para satisfacer sus propios fines - a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada.” (Delgado Ruiz, M. (2000).)

1.3 Diferencia entre Hotel y Hostal

En Santiago de Cali hay un tipo extranjeros suelen hospedarse en hostales debido a que es una opción económica que les permite economizar en los costos de hospedaje en su estadía en Colombia y de este modo utilizar los recursos económicos para hacer actividades culturales y también de turismo, como aprender a bailar salsa, entre otro. “El mochilero que llega a la ciudad y que prefiere, por costos y cultura, quedarse en este tipo de alojamientos (hostales).” (elpais.com.co. (2018)).

Teniendo en cuenta que en Cali tenemos tanto hoteles como hostales, es importante diferenciarlos. Se utilizan las dos definiciones, porque los conceptos tienen significados similares. De esta manera, la definición de Hostal y Hotel según el diccionario de la lengua española son:

Hotel

“Establecimiento de Hostelería capaz de alojar con comodidad a sus huéspedes o viajeros”. Dle.rae.es. (2018).

Hostal

“Establecimiento de menor categoría que un hostel donde se proporciona alojamiento y comida a cambio de dinero”. Dle.rae.es. (2018).

1.4 Cadena de Valor

La cadena de valor es importante para conocer la manera cómo funcionan los hostales en Cali y las ofertas culturales que tiene para el turista o persona hospedada, así mismo, la necesidad que tiene el turista de adquirir algún producto de la industria cultural caleña. De esta manera, se utiliza la definición de Cadena de Valor, con fin último de entender que significa y como sería utilizada en el contexto de un Hostal:

“Una forma sistemática de examinar todas las actividades que una empresa desempeña y cómo interactúan en la Cadena de Valor. Con esta herramienta, se disgrega a la empresa en sus actividades estratégicas relevantes para comprender el comportamiento de los costos y las fuentes de diferenciación existentes y potenciales. Una empresa obtiene la ventaja competitiva, desempeñando esas actividades más barato o mejor que sus competidores”. (Porter, M. (2004).

2. MARCO METODOLOGICO

2.1 Metodología Investigación Cualitativa

En esta investigación se realizarán entrevistas, experiencias personales y encuestas, con el fin de conocer más acerca de los hostales y su oferta cultural. Para eso se utilizará la investigación cualitativa, que tiene como definición:

“Estudia la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales—entrevista, experiencia personal, historias de vida, observaciones, textos históricos, imágenes, sonidos – que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas”. (Gómez, G. R., Flores, J. G., & Jiménez, E. G. (1999).)

2.2. Unidad de Análisis: HOLAVALLE (Asociación)

En el Valle del Cauca existe una asociación de hostales llamados HolaValle, que acoge a 16 Hostales, estos van a ser utilizados para la investigación, en la cual se realizarán encuestas y entrevistas a sus representantes y trabajadores, para lograr recopilar información acerca de las ofertas culturales actuales, así como sus precios, beneficios, etc.

“Es una Asociación de Hostales y Hospedajes Alternativos del Valle, localizados en el Valle del Cauca Cali, Colombia. Están enfocados en brindarle comodidad y una experiencia cultural al turista.” (Lennis, 2018)

2.3. Instrumento

Para Denzin y Lincoln (2005, p. 643) la entrevista es “una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas”. En una entrevista estructurada, se tienen una serie de preguntas determinadas e invariables, lo que facilita la unificación de criterios, toma menos tiempo y es más económico que entrevistas no estructuradas.

2.4. Procedimiento

Se visitaron diferentes hostales en la ciudad, la mayoría ubicados en el barrio san Antonio. La primera entrevista fue hecha a la directora de Holavalle, con el fin obtener información de cómo funcionaban los hostales en Cali, que tan importantes eran para el turista y como eran las ofertas culturales de estos. Estas entrevistas fueron estructuradas. Luego se visitaron los hostales agremiados a Holavalle, donde se les preguntó principalmente cuáles eran sus ofertas culturales y como las realizaban.

3. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Se entrevistaron a 6 de los 15 hostales que conforman la asociación Holavalle. Todos tienen más de 10 ofertas culturales disponibles para los turistas, pero es claro que cada uno de los hostales se enfoca o tiene un factor diferenciador que lo hace resaltar del resto, y que le permite enfocarse en un tipo de turista en particular.

3.1. Bienes y Servicios

Los hostales entrevistados realizan sus ofertas culturales de manera indirecta, es decir, mediante la contratación de un tercero, ya sea una sola persona o una entidad encargada de algún tipo de actividad turística. Algunos servicios son hechos dentro de las instalaciones, como el yoga y las clases de baile, pero los demás son afuera, ya sea en Cali o en las afueras de Cali.

La cultura gastronómica de Cali se ha convertido en un atractivo para los turistas, en especial la comida típica y cultural. Todos los hostales entrevistados ofrecen un tour gastronómico llamado "Street Food", a cargo de Neil, un oriundo de Holanda, que actualmente vive en Cali y recorre las calles de la galería Alameda, así como las canchas panamericanas, entre otros, dándoles a probar las diferentes variedades comidas de mar, platos típicos, bebidas y postres a sus interesados turistas.

En la siguiente Tabla se encuentran las ofertas culturales en un listado para su documentación y análisis. La tabla cuenta con 19 diferentes ofertas culturales que tienen los hostales en la actualidad, y al lado de cada oferta se encuentra el rango de precios que el hostel cobra por la actividad. Algunas actividades no tienen rango de precios ya que este es muy variado, porque depende de diferentes factores que le agregan o quitan valor a la actividad.

Pueden existir otras actividades que no se encuentren en la tabla, también pueden existir actividades similares que hagan parte de una misma actividad.

TABLA 1. Ofertas Culturales de los Hostales Agremiados a Hola Valle.

Actividad	indirecto / directo	Precios
Clases de baile	Indirecto	0-70000
Visitas a museos	Indirecto	10000-20000
Planes eco turísticos	Indirecto	-
Yoga	Indirecto	5000-10000
tour gastronómico	Indirecto	20000
Cine	Indirecto	0-10000
Artesanías	Indirecto	-
Presentaciones de teatro	Indirecto	-
Presentaciones de danza	Indirecto	-
Bibliotecas	Indirecto	0- 10000
Free walking tour	Indirecto	-
Cali City tour	Indirecto	-
San Cipriano tour	Indirecto	-
Hike farallones y rio	Indirecto	-
Cali coffe tour	Indirecto	-
Loma de la cruz	Indirecto	-
Cuenteros	Indirecto	-
Tour bici	Indirecto	-
Discotecas	Indirecto	-

3.2. Nivel de Aceptación de la Oferta

En general, el turista queda muy contento con las experiencias que se le ofrecen, es más, muchos hasta deciden quedarse y cambiar su fecha de salida por estar unos días en la ciudad (Echeverry, V., & Mina, J. 2018, February 25), dado que la gran cantidad de ofertas culturales disponibles no son posibles de hacer en un corto periodo de tiempo.

Para ampliar la información acerca de la satisfacción de los turistas se cuenta con Buzones de sugerencias, (lo malo es que al turista hace poco uso de estos), así como con los comentarios / memoria que ellos escriben en [Tripadvisor.com](https://www.tripadvisor.com), así como [Booking.com](https://www.booking.com), entre otros.

Todos los planes y actividades que se ofrecen a los turistas debe tener una trazabilidad, es decir, que se tenga conocimiento de donde proviene el servicio, que la empresa que lo provee está bien constituida, que tenga seguros médicos, equipos y personal certificado. Además, por ley y por política de los hostales, no se puede dar información para obtener cosas ilegales o servicios de prostitución.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En conclusión, existe una gran variedad de ofertas culturales en Cali, las cuales incentivan a la economía caleña, generan un flujo constante de turistas todo el año, y permiten que entre dinero del extranjero, lo que fomenta el crecimiento económico de la ciudad. Las ofertas principalmente son hechas de manera indirecta con terceros relacionados con los hostales, son informales y no están documentadas en un mismo lugar, es decir, un Hostal puede recomendar planes/ actividades que no ofrezcan los demás Hostales.

La satisfacción del turista no es medida de una manera precisa, el Buzón de sugerencias es poco utilizado y esto hace que los establecimientos no tengan un registro documentado de la calidad del servicio suministrado. Solo pocas de las ofertas culturales se encuentran en Tripadvisor y booking.com para el que turista las revise las calificaciones y comentarios con el fin de obtener conocimiento de la calidad del servicio, antes de realizar dicha actividad.

Se observó una gran oportunidad de crecimiento en este sector de hostales y de servicios ofertados al turista, debido su actual informalidad y total tercerización de dichas actividades. Se recomienda la concentración de todas las ofertas culturales, de todos los hostales, en un documento único, el cual pueda referir rápidamente el turista al hostal encargado de realizar esta actividad.

Todas estas ofertas culturales deben ser aprovechadas para que no solo el turista las disfrute, sino también los mismos habitantes de Cali, recomendando el mercadeo y publicidad de las actividades en diferentes medios digitales al igual que no digitales, todo esto, con el fin de que todas las personas caleñas entiendan la gran variedad de planes que ofrece Cali, para generar un mayor impacto turístico y al mismo tiempo un crecimiento económico para los hostales y para la ciudad de Santiago de Cali.

BIBLIOGRAFIA

Bangkok . (2007). Statistics on cultural industries: Framework for the elaboration of national data capacity building projects. Reporte técnico UNESCO, 2007

Denzin, N. K., y Lincoln, Y. S. (2005). The Sage Handbook of Qualitative Research. London, Inglaterra: Sage.

Delgado Ruiz, M. (2000). "Trivialidad y trascendencia. Usos sociales y políticos del turismo cultural", en Turismo cultural: el patrimonio El patrimonio histórico como fuente de riqueza, Valladolid, Ed. Fundación de Patrimonio Histórico de Castilla y León, pág. 34.)

Dle.rae.es. (2018). [online] Available at: <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=resiliencia> [Accessed 8 Mar. 2018].

Dle.rae.es. (2018) (online) available at : <http://dle.rae.es/?id=KiGb4wp> (Accesed 13 Mar 2018)

Echeverry, V., & Mina, J. (2018, February 25). Cali, la Capital Mundial de la Salsa... y del turismo 'mochilero'. Retrieved May 18, 2018, from <http://www.elpais.com.co/cali/la-capital-mundial-de-la-salsa-y-del-turismo-mochilero.html>

Elpais.com.co. (2018). 'Boom' de hostales en Cali por crecimiento del turismo. [online] Available at:<http://www.elpais.com.co/cali/boom-de-hostales-en-por-crecimiento-del-turismo.html> [Accessed 14 May 2018].

Gómez, G. R., Flores, J. G., & Jiménez, E. G. (1999). Metodología de la investigación cualitativa.

Porter, M. (2004). Cadena de valor. México: Editorial CECSA.

UNESCO (2003). Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial. (2003, October 17). Retrieved May 17, 2018, from http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=17716&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

UNESCO (2003) Definición basada en la Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial de la

Anexos

Formatos de Entrevista estructurada:

Entrevista a Directora de HOLAVALLE

1. ¿Qué es HOLAVALLE?
2. ¿Cuál es el propósito de la Asociación (Cuál es la historia de asociatividad de HOLAVALLE)?
3. ¿Cuáles son las características que se deben cumplir para asociarse?
4. ¿Cuáles son los hostales que compone HOLAVALLE?
5. ¿Cuál es el valor diferenciador de cada uno de los hoteles asociados?
6. Que ofertas culturales tienen los hostales en este momento?
7. ¿Cuáles son los pasos que van desde que el turista está interesado hasta la compra y toda la realización de la actividad?
8. ¿Cómo evaluamos la satisfacción de los turistas, (comentarios, memoria)?
9. ¿Cuáles son las características que los hostales buscan para asegurar seguridad en la prestación de estos servicios (Seguros médicos, de vida, económicos, Peligros, Cuidados que hay que tener, compromisos de responsabilidad)?
10. ¿Cómo se accede al servicio, medios de pago, tipos de pago (USD o COP) (pagos anticipados o en el momento)?

ENTREVISTA ESTRUCTURADA A HOSTALES AGREMIADOS HOLAVALLE

(Marque al lado de cada respuesta si usted ofrece o no esta actividad y si es una oferta directa o indirecta)

NOMBRE DEL HOSTAL :

Usted ofrece :

Clases de baile Si ____ No ____ rango de precios: Direc ____ Indirec ____

Visitas a museos Si ____ No ____ rango de precios: Direc ____ Indirec ____

Planes eco turísticos Si ____ No ____ rango de precios: Direc ____ Indirec ____

Yoga Si ____ No ____ rango de precios: Direc ____ Indirec ____

Tour gastronómico Si ____ No ____ rango de precios: Direc ____ Indirec ____

Cine Si ____ No ____ rango de precios: Direc ____ Indirec ____

Artesanías Si ____ No ____ rango de precios: Direc ____ Indirec ____

Presentaciones de teatro Si ____ No ____ rango de precios: Direc ____ Indirec ____

Presentaciones de Danza Si ____ No ____ rango de precios: Direc ____ Indirec ____

Bibliotecas Si ____ No ____ rango de precios: Direc ____ Indirec ____

Otras : _____ direc: ____ Indirec: ____ rango de precios: ____

Otras : _____ direc: ____ Indirec: ____ rango de precios: ____

Otras : _____ direc: ____ Indirec: ____ rango de precios: ____

Otras : _____ direc: ____ Indirec: ____ rango de precios: ____

Otras : _____ direc: ____ Indirec: ____ rango de precios: ____

